6–7
Кухня как арт-объект: бренд Omoikiri празднует 15-летие



8
Итальянский дизайнер и совладелица бренда Avant Toi — о союзе моды и искусства

11
От «умного дома» к эмпатичной среде: как новые технологии меняют дизайн интерьера

БОЛЕЕ 30 ЛЕТ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ





ROSSI

GRAND

SINCE 1993







SieMatic · baxter MADE IN ITALY · GIORGETTI · Poltrona Frau · DRAENERT

Molteni&C · LEICHT · ilos · Valcucine

Профессиональный подбор и комплектация мебели, освещения, текстиля.
Первоклассный сервис. Официальный дилер ведущих европейских фабрик.

Санкт-Петербург

ул. Большая Морская 26
+7-812-315-76-00
www.siematic-spb.com

Литейный пр. 11
+7-812-242-12-83
www.rossi-spb.com

Крестовский пр. 15
+7-812-601-68-18
www.rossi-grand.ru

Лермонтовский пр. 40
+7-812-251-83-16
www.rossimebel.ru

РЕКЛАМА

| 4 Новая философия дизайна:
тренды и антитренды 2026 года

| 10 Ремесленные традиции:
почему растет спрос
на авторские предметы

| 12 Коллаборации мебельных
брендов с дизайнерами:
точки пересечения эстетики
и функции

| 14 Эволюция роскоши:
как экологичность
трансформировала дизайн



Ксения Ахметжанова



В залах было представлено 30 локальных брендов, которые презентовали решения для интерьера и декора дома

Анатолий Жданов



В 2025 году выставка ARTDOM привлекла внимание 40 тыс. посетителей, в ней участвовало 400 компаний

Анатолий Жданов

слово редактора

Эстетика исследования чувств

Тренды современного дизайна диктуют уход от минимализма, безопасных цветов в область ярких решений. Сегодняшние творцы обращаются к наследию Поллока, чьи художественные практики находятся на пересечении шаманизма и сюрреализма.
В 2026 году актуальный дизайн — это страсть, эмоции и свобода. Тенденция сформировалась еще в прошлом году — на международной выставке ARTDOM. В 2025 году ее манифестом стала тема Lifestyle Freedom, что подразумевало раскрытие идеи дома как пространства для самовыражения и внутренней свободы.
В 2026 году ARTDOM отметит пятилетний юбилей, главная тема этого года — Sense Sensory: представленные коллаборации покажут исследование дизайна через призму пяти чувств. В этом году выставка превращается в иммерсивную среду, где важны тактильность материалов, эмоциональный свет, звуковое сопровождение и ароматы пространства.
В этом прослеживается еще один тренд современного дизайна — его технологичность. Дизайнеры все чаще выступают как архитекторы пользовательского опыта, а интерьер становится эмоционально вовлекающим пространством, которое подстраивается под человека.
В этом году выставка ознаменована концентрацией итальянских участников. Среди них фабрика Poltrona Frau, она представит новую коллекцию Five Seasons («Пять сезонов»), концепция отсылает к абстрактному «пятому сезону» — состоянию гармонии и чувственности, объединяющему атмосферу всех остальных. Не менее яркие проекты будут и от российских брендов. Например, дизайнер Дима Логинов презентует новую коллаборацию с мебельным брендом из России. Как он заметил в прошлом интервью нашему изданию, «бизнес только нащупывает свой интерес в области создания оригинального дизайна» — и мы можем быть свидетелями этих процессов.

16+

тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» ***(выпуск северо-запад, «стиль»)*** | генеральный директор АО «Коммерсантъ» ***роман уманский*** | главный редактор ***михаил лукин*** | автор дизайн-макета ***анатолий гусев*** | главный редактор спб страниц ***андрей ершов*** | бильд-редактор ***александр коряков*** | выпускающий редактор ***ксения ахметжанова*** | корректор ***марина шевченко*** | верстка ***василиса сатирская*** | рекламная служба ***юлия кустова*** тел.: (812) 325-8596, (812) 324-6794, (812) 324-6949 |
Адрес редакции и издателя: 127006, г. Москва, Оружейный пер., д. 41. Тел. (495) 797-6970. Адрес редакции в Санкт-Петербурге: 191024, Харьковская ул., д. 8А, лит А. Тел. (812) 324-6949.
Учредитель: АО «Коммерсантъ». Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ», зарегистрировано Роскомнадзором, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации ПИ №ФС77-76923 от 11.10.2019 года. Типография: ООО «РосБалт», юридический и почтовый адрес: 197374, Санкт-Петербург, ул. Оптиков, д. 4. Тираж: 9000. Распространяется бесплатно.
Графика на обложке: Анастасия Львова

НОВАЯ ФИЛОСОФИЯ ДИЗАЙНА

Смена эпох и мироощущения диктует иные смыслы, которые невозможно не привнести в создание пространства для жизни

ГЛОБАЛЬНО дизайн отходит от слепого копирования идеально правильных «глянцевых» интерьеров в сторону личной уникальной истории их владельцев. Пока кто-то все еще гонится за идеальной картинкой в бежевых тонах, современные дизайн-студии уже экспериментируют с цветовыми акцентами, природными фактурами и винтажными коврами на стенах. Разбираемся, какие тенденции определят интерьерную моду завтрашнего дня.



BAROVIER&TOSO

Дизайнер Пьер-Ив Рошон стал специальным гостем выставки Salone del Mobile.Milano 2025, где представил проект Villa Heritage. На фото — столовая

Эра Ван Гога

«Дизайн становится ярким и смелым. Я считаю, что в ближайшие два года интерьер выйдет на пик контрастов — это будет своего рода эра Ван Гога в пространстве. Речь не о цвете как о приеме, а о состоянии и эмоциях, которые оно дарит. Интерьеры становятся страстными, драматичными, эмоциональными»,— комментирует основатель архитектурной и дизайн-студии OVOBUREAU Наре Наринян.

Нас покидает «стерильный» минимализм как образец безликого унифицированного, холодного интерьера без души и свойственного обжитому пространству уюта.

«В работе я все чаще прихожу к выводу, что мы пресытились идеей „идеальной версии себя“, и в интерьерах это чувствуется особенно остро. Бесконечная гонка за правильностью и совпадению с картинкой привела к обилию штампованных пространств, где выбор цвета ограничен безопасными бежевым и кремовым оттенками, а как вариант эксперимента — чуть более темный „кофе с молоком“. Цвет если и появлялся, то робко, без контраста, будто извиняясь за свое присутствие. В такие моменты у меня всегда возникает вопрос: а где здесь дизайн?»— продолжает Наре Наринян.

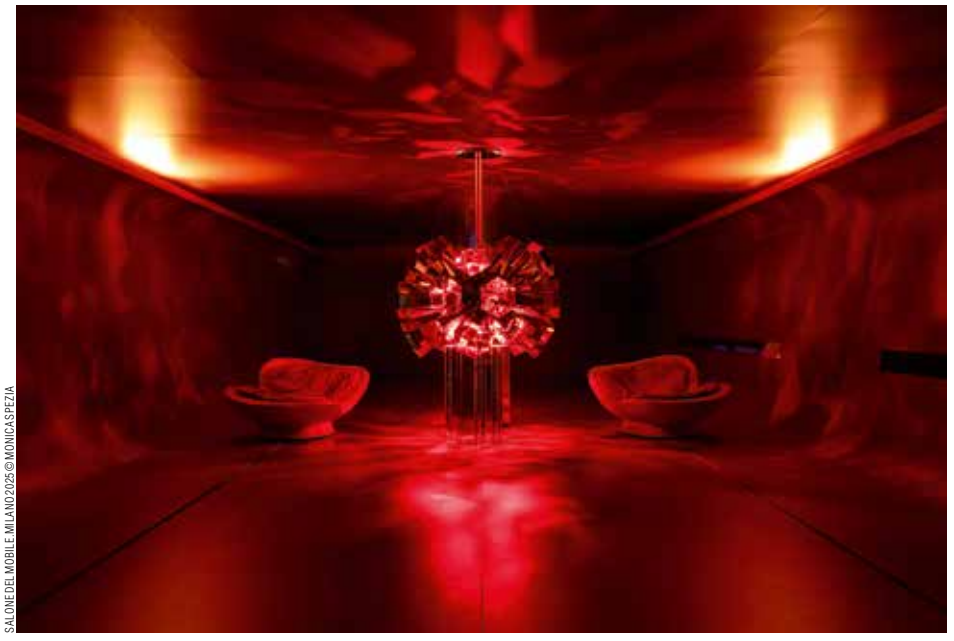
Нейтральная ахроматическая палитра последних лет официально признана скучной. 2026 год — время смелых цветовых решений и неожиданных сочетаний. Привычные рамки последних десятилетий — «не более трех оттенков в одной комнате», сочетающихся по температуре тона или насыщенности, больше не работают. Наступает время контрастных сочетаний и смелых акцентов в спокойных интерьерах. Появляются примеры создания полностью монохромных комнат в таких сочных цветах, как насыщенный изумрудный, благородный бургунди или даже яркий ультрамарин.

Градиенты на стенах, металлики как основа, а не смысловой акцент — свобода творчества выявляет специалистов, способных видеть картину целиком и не бояться создавать целостный образ. Цвет становится базой появления эмоций, и если визуал не пробуждает чувства, значит, он не закончен. 2026 год призван переписывать каноны дизайна: насыщенные интерьеры с обилием деталей, ярких красок и смелых сочетаний становятся символом нового времени.

Эклектика и мобильность

Смешение стилей и эпох в одном пространстве приветствуется дизайнерами, будь то винтажный комод или витрина шинуазри на фоне лофтовой стены. Поддерживается тренд и декором: обилием текстиля разных форм и фактур, коврами, которые вернулись с легким трепетом ностальгии по советскому детству, подушками разных форм и размеров и игрой осветительных приборов. Личные коллекции интерьерных сувениров из путешествий дополняются самописными огромными картинами, даже однотонный холст выглядит уместно и создает динамику в интерьере. Эклектичность интерьера 2026 года многогранна, но не хаотична. Каждый предмет имеет свое место и смысл, все элементы объединены общей идеей.

Представления об интерьере мечты выходят на новую ветку реальности, у него появляется лицо и характер, более реалистичный, «без фильтров» и шаблонной выверенности. Окружающее пространство работает теперь не только на визуальное восприятие, но также и на комфорт использования и психологическое состояние. Пространство перестает быть просто красивой картинкой, оно начинает проживать свою историю. «Если говорить буквально, то для меня „красный флаг“ сегодня — это пластик и любая имитация материалов. Все искусственное, притворяющееся настоящим, быстро обесценивается. На смену этому прихо-



SALONEDELMOBILE.MILANO2025©MONICASPEZIA

Инсталляция La dolce attesa («Сладкое ожидание») Паоло Соррентино была представлена на выставке Salone del Mobile Milano 2025

дят натуральные материалы и смелые акценты. Потолок может быть ярким, а пол — кипенно-белым. Такой перевертыш привычного восприятия уже не пугает, а, наоборот, дает ощущение свободы»,— добавляет Наре Наринян.

Пандемия глобально изменила общее отношение к дому, заставив переосмыслить привычную функциональность. Изменения рабочих графиков и повсеместная диджитализация сделали дом не только местом отдыха, но и рабочим кабинетом, спортзалом, кинотеатром и рестораном. Здесь мы возвращаемся к мобильности пространства за счет модульности, раздвижных перегородок и многофункциональных предметов, как столы-трансформеры, скрытые кровати и мобильные системы хранения. Одно даже небольшое помещение может за день стать рабочим кабинетом, студией йоги и кинотеатром, не теряя при этом эстетической привлекательности.

В планировках прослеживается тренд на небанальное зонирование и политику «меньше стен — больше воздуха». Интерьер становится живым: адаптивным, подвижным, меняющимся вместе с человеком, звучит отказ от навязанного общепринятого сценария. Желаемого эффекта помогают добиться перегородки: стеклянные, пропускающие свет, деревянные, создающие насыщенность фактур, вплоть до текстильных разных форм и масштабов. Даже декоративные ширмы сегодня могут становиться самостоятельным арт-объектом и полноценно изменять характер пространства. Современный интерьер больше не статичен и холоден, он фиксирует жизнь, оставляя место для движения, перемен эмоций. Пространство — это отражение личности: мебель на заказ, кропотливая ручная работа, несовершенные винтажные вещи, накопление впечатлений, воспоминаний и историй, отраженных в декоре.

Фокус на умеренность

При этом осознанный минимализм в интерьере продолжает существовать, но скорее как философия, набирая все большую популярность и в 2026 году. Это подход к дизайну, который фокусируется на умеренности, функциональности, устойчивости и качестве, а не просто на удалении лишних вещей. Каждый предмет в интерьере должен быть полезным. Отказ от сложных форм и узоров в пользу простых линий и минималистичного дизайна: приглушенные, природные, но контрастные цвета, создающие атмосферу спокойствия и гармонии, окружают жильцов коконом заботы. Минимум декора и акцент на естественной красоте материалов, натуралистичный свет позволяют организовать хранение вещей таким образом, чтобы они не загромождали пространство. Основными преимуществами осознанного минимализма является базовое уменьшение стресса за счет сокращения количества визуального шума и неудобных элементов. Мягкие линии, округлые силуэты мебели, арочные проемы, зеркала и светильники сферической формы — все это создает ощущение уюта и спокойствия. В этом году интерьер должен не просто быть красивым и гармоничным, а выступать тактильным ответом на тотальную цифровизацию жизни. Тренд активно прослеживался на выставках Salone del Mobile Milano и Marmomac 2025. Интерьер становится как бы исследованием баланса света и тени, где каждый элемент подчинен идее архитектурного ритма и чистоты восприятия. В качестве примера госпожа Наринян приводит проект апартаментов в Петербурге — Inside Silence («Тишина внутри»), который их дизайн-студия реализовала в 2025 году.

«В пространстве минимизирована палитра: ахроматичные контрасты черного и белого создают визуальную динамику, подчеркивая архитектуру и пластичность форм. Натуральные материалы, дерево и рогожка вносят тактильное тепло и спокойствие, а стеклянные плоскости отражают интерьер, усиливая глубину и многослойность восприятия. Все поверхности матовые, благодаря чему свет не просто освещает пространство, а становится его главным героем — мягко проникая сквозь предметы, формируя ритм и дыхание интерьера. Планировка решена свободно, без лишних преград: ощущение открытости и света подчеркивает идею гармонии между архитектурой, материалом и атмосферой. Это пространство, где каждый штрих выверен, а простота становится выражением глубины. Характер интерьера — сдержанный и многослойный, он спокоен, но не холоден, прост, но наполнен смыслом»,— описывает проект Наре Наринян.



MUSELAB/MARMOMAC 2025

В проектах итальянской студии MuseLAB часто используются контрастные материалы и натуральные текстуры

ЭКЛЕКТИЧНОСТЬ ИНТЕРЬЕРА 2026 ГОДА

многогранна, но не хаотична. Каждый предмет имеет свое место и смысл, все элементы объединены общей идеей

Домашняя экосистема

Триумфальное возвращение растений в горшках как тренд не заставило себя долго ждать вслед за увеличением времени, проводимого дома. Скромные оранжереи на подоконниках теперь превращаются в полноценные экосистемы в интерьере. Ароматная зелень, микроогороды, вертикальные сады, аквариумы, фитостены — приближение природных мотивов в городской среде воспринимается полноценной терапией в рамках активной жизни, когда урбанизация достигла критической точки.



АРТЕМ КРОТОВ

Проект апартаментов Inside Silence («Тишина внутри») дизайн-студии OVOBUREAU. Акцент сделан на внутренний покой и уверенность без демонстрации

По статистическим данным, современный человек проводит в помещениях в среднем до 90% своего времени. Биофильный дизайн становится не данью моде, а жизненной необходимостью для поддержания психического здоровья. Крупные растения заранее встраиваются в проект в качестве архитектурных элементов, а поддерживают их природные материалы в отделке: необработанное дерево, камень, пробка, бамбук. Научные исследования подтверждают, что интерьеры с элементами природы снижают уровень стресса на 15%, улучшают концентрацию, качество сна и помогают синхронизировать биоритмы.

Антитренды

В противовес новым течениям глобально можно выделить буквальные антитренды нового года. На первом месте, безусловно, кричащая, показная роскошь. Вектор сильно меняется: вычурное золото, китч, активный синтетический блеск, глянцевые поверхности и избыток декоративных элементов — моветон нового времени.

Слепая гонка за тенденциями и модой глобально уступила персональном предпочтениям. Интерьер — отражение личности и способ манифестировать собственные жизненные принципы, адаптивность и вариативность — новое направление в создании интерьера, которое позволяет создавать пространство, которое будет актуальным и комфортным на долгие годы.

Главный антитренд 2026 года — слепое копирование интерьеров «как в журнале» или на сайте. Модными становятся пространства, которые рассказывают историю конкретных людей, их увлечений, путешествий, семейных традиций. Мы наблюдаем время, когда дом перестанет быть просто красивой картинкой и станет отражением личности, образа жизни и ценностей своих обитателей. Модным будет то, что делает жизнь лучше, интереснее и комфортнее.

Мария Блохина

OMOIKIRI: ТВОРЧЕСКАЯ КУХНЯ

15-летие на российском рынке производитель премиального кухонного оборудования и аксессуаров встречает в статусе трендсеттера, соединяя в концепции технологичность и авторские дизайнерские решения


OMOIKIRI

ЧТО определяет атмосферу дома, где рождаются комфорт и уют? В последние годы на первый план все чаще выходит кухня. Гастрономия превратилась в популярное хобби, а стремление к осознанному потреблению вдохновляет на то, чтобы предпочесть доставкам самостоятельное приготовление еды. Кухня становится местом, где рождаются яркие вкусы и приятные эмоции, где семья встречается, чтобы почувствовать себя единым целым. И, конечно, человек стремится к тому, чтобы обустроить это пространство в соответствии с личными представлениями о комфорте, практичности и эстетики. Для Omoikiri кухня — не только территория комфорта и функциональности. Бренд знает, как сделать кухню модной, превратить ее в место силы, источник вдохновения и ярких эмоций.

Бренд с японскими корнями

Впервые в России о премиальных мойках, смесителях, водоочистителях и измельчителях с японскими корнями Omoikiri узнали 15 лет назад. В 2012 году их мойки и смесители были впервые представлены широкой публике на выставке «Мебель-2012» в московском «Экспоцентре». Уже в 2015 году продукция Omoikiri вышла на рынок стран СНГ. С тех пор бренд расширяет границы. Производство находится одновременно в пяти странах: в Италии, Японии, Турции, Китае и России. За это время он снискал множество положительных отзывов от современных дизайнеров.

Сегодня Omoikiri напоминает закрытый клуб: обладатели этой сантехники сразу узнают «своих» по эксклюзивным цветам и до мелочей продуманному дизайну. Среди коллекций есть мойки с изображением картин Ван Гога, Уорхола и Дали и другие дизайнерские решения, которые предлагают относиться к жизни и домашнему быту как к искусству.

В центре философии бренда неизменно находится забота о комфорте человека. Компания производит оборудование, продуманное в каждой детали так, что все на кухне имеет свой функционал. Соучредитель и генеральный директор компании Павел Кейв отмечает, что бренд не боится экспериментов и приветствует инновации.

«Omoikiri — бренд сантехники, который находится на территории моды. Если вы сейчас выбираете Omoikiri, вы модный»,— комментирует господин Кейв.

После 2022 года, когда многие иностранные бренды ушли с российского рынка, Omoikiri осталась единственной компанией в своем сегменте. При этом объемы производства российского производителя только расширяются.

«Часто спрашивают, почему производства находятся в пяти разных странах. Дело в том, что на каждом из заводов лучше всех производят определенные комплектующие: корпус смесителя, аэраторы, картриджи, излив. То есть по всему миру собирается такое взрослое „Лего“, чтобы получить один совершенный продукт»,— рассказывает Павел Кейв.

Дизайн и инновации

Изначально бренд заслужил репутацию своими коллекциями инновационных кухонных моек и смесителей. Премиальную линейку моек бренда изготавливают из материала Tetogranit. Технология производства заключается в том, что частицы гранита, кварцевый песок и акриловую смолу запекают при высокой температуре. Позже появление инновационного материала Artceramic в коллекциях компании стало прорывом в технологии создания продуктов в цвете. На его разработку компания Omoikiri потратила около пяти лет. Пробные образцы тестировали в лабораториях России и Италии. Для проверки качества создавались прототипы мойки, мастер-модели и только после этого материал был запущен в производство.

В своей продукции Omoikiri, помимо практичности и надежности, ориентируется на внешний вид: от дизайна моек и смесителей до тщательной проработки каждой небольшой детали, будь то аксессуары или фурнитура.

В компании трактуют понятие идеальной кухни как точки притяжения, территории комфорта и эстетики, места, где хочется проводить время.

Да будет цвет

Узнаваемый творческий почерк Omoikiri — эксклюзивные цветовые решения. Каждый оттенок — результат кропотливой работы: в производственных процессах учитывается даже время суток, ведь работа над колористикой требует определенного дневного освещения, поэтому в лаборатории используется особый искусственный свет.

Для флагманских моделей были созданы необычные оттенки: Azur Blue (нежный бирюзовый), Deep Ocean (цвет океанских глубин), Canyon (пыльно-оранжевый), Wind Green (игривый зеленый).

В числе флагманских продуктов — кухонная станция Kinaru Rro. В двухуровневой кухонной мойке все элементы работают вместе и максимально взаимодействуют, упрощая современный образ жизни, благодаря оборудованным отсекам и аксессуарам, а встраиваемая сушка превращает зону мойки в настоящую рабочую станцию нового поколения.

Коллекция моек Sintesi отличается функциональностью и эргономикой. Sintesi представляет собой просторную чашу повышенной вместимости, которую можно дополнить аксессуарами Omoikiri, разработанными специально для данной коллекции.



OMOIKIRI

Мойка Mikura произведена из материала Natceramic — смеси глин, минералов и красящего пигмента. Безусловными достоинствами материала являются его долговечность и легкий уход. Из этого материала выполнены уникальные модели моек Art Collection. Яркая лимитированная коллекция вдохновлена Италией: культовой эстетикой модных домов, ювелирных и часовых брендов, архитектурой и искусством. Каждый предмет новой коллекции рассказывает свою идею, в которой скрыта взаимосвязь моды и искусства. Отдельное направление в Art Collection — мойки, на которые нанесены произведения культовых художников: Сальвадора Дали, Густава Климта, Энди Уорхола, Винсента Ван Гога. Компания год разрабатывала технологию, которая позволила бы разместить нестираемый рисунок на поверхности.

Расширяя границы

Сегодняшняя история Omoikiri давно вышла за пределы моек и смесителей, объединив в себе концепцию идеальных решений для современной кухни. Это разделочные доски, ножи из дамасской стали, электрические штопоры с зарядкой Type-C, новое поколение фильтров для воды и измельчителей. К примеру, кроме привычной подачи горячей и холодной воды, смесители могут использоваться вместе с фильтрами для воды. Отдельные модели оснащены вытяжным шлангом, а дозаторы — сенсором.

Измельчители нового поколения для современной кухни обеспечивают удобство, чистоту и минимизацию усилий. После включения смесителя достаточно нажать кнопку — и диспоузер быстро измельчит все категории пищевых отходов, отправив их в канализацию, попутно прочистив трубы. Использование его экологично, поскольку современные очистные системы способны преобразовывать отходы в удобрения и биогаз. Измельчители серии Narage выполнены в оранжевом цвете, а для ценителей уникального дизайна и ярких акцентов была создана специальная серия Special Edition для модели Nagare Slim в бирюзовом цвете Azur Blue.

«OMOIKIRI — БРЕНД САНТЕХНИКИ, который находится на территории моды. Если вы сейчас выбираете Omoikiri, вы модный»



OMOIKIRI

Бренд умело синтезирует европейский и азиатский подходы в индустрии, соединяя присущую итальянцам ставку на классику и отличающее японцев стремление к технологичности. В начале 2026 года в Omoikiri представил серию смесителей и дозаторов, отличительной чертой которых является эксклюзивный паттерн, вдохновленный гильошированным узором Tapisserie (от фр. tapisserie — «гобелен») с циферблата часов Audemars Piguet Royal Oak.

Этот узнаваемый рельефный рисунок был создан для легендарной модели Royal Oak в 1972 году дизайнером Джеральдом Джентой. Коллекция Omoikiri интерпретирует часовой «гобелен» в металле, нанося точный паттерн на поверхность изделий из нержавеющей стали и латуни. Такие выразительные и запоминающиеся дизайнерские решения сочетаются с высокой эргономичностью и функциональностью оборудования. Как истинный космополит, Omoikiri совершенствует мастерство, соединяя инновации, креативность и успешные мировые практики

Жанна Шмелева

«МОДА — ЭТО СМЕЛОСТЬ И СВОБОДА»

Итальянский дизайнер Сабрина Веррандо — об арт-коллаборациях, десакрализации кашемира и о том, как наполнить мир моды удивительными приключениями



AVANT TOI

Творческий тандем Мирко Гиньоне и Сабрины Веррандо — представителей итальянской марки кашемира Avant Toi

ТВОРЧЕСКИЙ тандем Мирко Гиньоне и Сабрины Веррандо, стоящий у руля итальянского модного бренда Avant Toi, взялся подвергнуть кашемир, один из самых нежных материалов, суровым испытаниям — деструктивной обработке, спрейингу, ламинированию, радикальному окрашиванию — и преуспел. В интервью Сабрина Веррандо рассказала о том, как создать модный бренд на умении нарушать правила: ярко, дерзко и со вкусом.

В груди дизайнера Мирко Гиньоне бьется сердце покорителя природы и неукротимого экспериментатора. Для непосвященных и консерваторов действия Гиньоне, создавшего в 1994 году свой бренд Avant Toi, выглядели практически святотатством: прежде к кашемиру относились с подчеркнутым пиететом, и тут не кто-нибудь, а наследник кашемирового концерна взялся устроить нежной пряже нешуточную взбучку. Вопреки опасениям матери дизайнера, основательницы семейного бизнеса, революционные идеи Мирко Гиньоне и Сабрины Веррандо приняли на ура.

Свой первый кашемировый шарф Мирко Гиньоне создал в восьмилетнем возрасте, придя на фабрику к матери, основательнице итальянского кашемирового концерна Liapull. Фабрика была открыта в Генуе в 1954 году. Юный Мирко часто приходил туда и был знаком с принципом работы оборудования. Однажды он попросил разрешить ему попробовать. Дебютное изделие довольно быстро купили. С той самой поры карьерный выбор юноши был предрешен: он наполнил семейный бизнес новыми красками — в прямом смысле этого слова. Сегодня Avant Toi выпускает коллекции платков и женской одежды из кашемира и шелка, демонстрируя неортодоксальный подход к самым нежным и деликатным тканям.

Как пересекаются искусство и дизайн в вашем творчестве и в вашей жизни?

Искусство пронизывает нашу жизнь во всех плоскостях. Когда к нам приходят гости, мы всегда собираемся на кухне, потому что наш дом напоминает большую мастерскую и выставку в состоянии переезда: картины, кисти, краски, холсты, незавершенные работы. Страсть к искусству для Мирко всегда была главной движущей силой — и по своей природе он прежде всего художник, а уже потом дизайнер, его очень увлекают художественные акции, action-painting. Мы часто посещаем вернисажи и черпаем оттуда вдохновение для новых коллекций.

ДЛЯ НАС РАЗВИТИЕ НЕОТДЕЛИМО

от поиска новых форм, новых смыслов, новых идей, новых красок

К нашим изделиям мы относимся как к арт-объектам: каждое из них окрашиваем индивидуально. Кстати, изначально абсолютно все коллекции создаются в белом цвете и все изделия мы окрашиваем с нуля — от пальто и жакетов до платьев и платков. Этот подход напоминает работу живописца с холстом, и мы в этом процессе ощущаем себя именно художниками.

Кто из художников особенно близок вам по духу?

Как минимум трое: Марк Ротко, Джексон Поллок и Пабло Пикассо. В Ротко нас привлекает его феноменальный талант сочетать цвета и использовать силу эмоционального воздействия цвета. Каждый оттенок наполнен смыслом, а их сочетание составляет нарратив, рассказывает историю. Поллок был виртуозом акционного искусства — того направления, которое нам очень близко. В начале творческой акции ты и представить себе не можешь, во что выльется итог этого художественного предприятия и это ощущение полной свободы — невероятное, головокружительное — ни с чем не сравнится.

Все коллекции марки полностью создаются на производстве в Генуе. Как сочетаются в них технологии и ручной труд?

За последние десятилетия в текстильной промышленности произошла революция. Сейчас используются инновационные технологии, элемент ручного труда значительно сократился. И хотя постоянно появляются техники, которые помогают производителям двигаться вперед, мы часто прибегаем к ручному нанесению рисунка. Так, кстати, рождаются и новые идеи. Раньше ткани обрабатывали в белых перчатках, чтобы не испачкаться. Мы не побоялись открыть руки, а однажды заметили, что куски ткани, которыми мы вытирали руки после окрашивания аэрографом, выглядели настолько красивыми, что мы сделали по их мотивам целую коллекцию, которая стала очень популярной.

Вы называете свой подход десакрализацией кашемира. Что стоит за этим термином?

Кашемир — очень дорогой материал, с него принято в буквальном смыс-



AVANT TOI

Мирко Гиньоне, художник и экспериментатор, привнес в работу с кашемиром революционные техники обработки и ручную роспись

ле сдувать пылинки. Но мы видели в нем мольберт для будущих полотен и хотели написать на нем новую историю кашемира. Экспериментируем мы не только с цветом. Мы пробовали различные формы механического, деструктивного воздействия на материал. Каких только механических испытаний не видели наши изделия! Суть в том, что мы решили отбросить это подчеркнутое уважение к материалу, которое не позволяло экспериментировать, ограничивало фантазию и творчество, налагая на них запрет. Но мы не уничтожили кашемир. Красота материала стала еще более очевидной, раскрывшись с новой стороны.

Сегодня идет много споров вокруг понятия современной роскоши — тихой, осознанной, экологичной — в противовес традиционной, броской и нарочитой. Что считаете роскошью вы?

Для меня роскошь — это возможность выбора. Свобода выбора. Наслаждение процессом выбора. А самая большая роскошь в нашей жизни, на мой взгляд,— это свобода и время. Счастье — когда ты можешь заниматься любимым делом, когда у тебя есть время для себя. Удовольствие — когда ты можешь выбрать, что тебе сегодня надеть, в зависимости от твоего настроения. А еще роскошь — это возможность делиться чем-то ценным с теми, кто этого лишен.

Насколько серьезно вы относитесь к моде?

Для нас это скорее приключение. Создание коллекции сродни увлекательной игре: мы шутим, смеемся, экспериментируем, легко и с радостью шагаем за грани привычного. Признаться, идея окрашивать ткани вручную родилась потому, что уж очень степенным, предсказуемым и скучным казалось нам царство кашемира. Хотелось его расшевелить, добавить в него жизни.

Ваш бренд по своей природе скорее итальянский или космополит?

И то, и другое справедливо. От Италии мы взяли стремление к гармонии, любовь к искусству, эстетические традиции, поиск собственного художественного языка. За космополитичный аспект отвечают технологии, способы обработки тканей.

Что изменилось в коллекциях бренда, его эстетике, концепции за тридцать с лишним лет его истории?

На самом деле изменился только ассортимент — он стал гораздо шире: появились платья, юбки, жакеты, пальто. Но наша эстетика, наша ДНК не изменились ни на грамм. Мы столь же страстно любим искусство, эксперименты и свободу самовыражения.

Если сравнить Avant Toi с человеком, то в каких выражениях вы бы его описали?

Если провести подобную аналогию, перед вами предстанет изобретательная, спонтанная и непредсказуемая личность, творческий и страстный человек, не чуждый самоиронии. Кто-то назовет его сумасшедшим, но на самом деле это смельчак, революционер, а еще большой шутник.

Вы пробовали распылять с дронов краску на полотнища ткани — получился очень интересный эффект. Как возникла эта идея?

Мысль поиграть с дронами родилась после знакомства с художником Даниэле Николоси, который известен под творческим псевдонимом Брос и прославился своими провокационными арт-акциями. Кстати, в свое время он создал в Милане без разрешения властей гигантское граффити, предстал перед судом за «порчу общественного имущества», ему грозил внушительный штраф, но его оправдали, потому что в его защиту выступили известные арт-критики.

С нами Брос обсуждал идею произвести художественный эффект, взорвав в общественном месте банки с красками, но мы сумели отговорить бунтаря от этой мысли. И вот как раз в процессе обсуждения проекта со взрывом красок и родилась идея привлечь под знамена искусства управляемых дронов.

Однажды вы привезли в Россию pop-up-выставку, подготовленную им совместно с Туллио Марани, автором коллекций бренда Henry Beguelin. Кашемировые платки в стиле гранж экспонировались как живописные работы...

Именно в этом и состоял замысел! Для этого проекта мы изначально создавали платки как арт-объекты, предполагая, что они, подобно картинам, будут смотреть на зрителя со стены. Мы связали коллекцию с темой искусства, и эта связь очень прочна: мы вручную расписывали изделия краской из аэрографа, который выстреливает краской, как из пистолета.

Если бы у вас была возможность, с кем из художников вы бы создали коллаборацию?

С Поллоком! Наши идеи звучат в унисон, нам откликаются и его эстетика, и его темперамент, и его мировосприятие. Из нашего коллаба мог бы получиться настоящий фейерверк.

Почему вам нравится нарушать правила?

По всей видимости, это просто у нас в крови. Тесно нам в традиционных рамках. Каноны чтить необходимо, это фундамент, но важно помнить, что догма уничтожает творчество. Для нас развитие неотделимо от поиска новых форм, новых смыслов, новых идей, новых красок. Поэтому и бренд называется Avant Toi, что означает «впереди тебя». Нам нравится показывать новые пути, необычные, непривычные, альтернативные. Но для того чтобы новые идеи пришли в вашу жизнь, нужно расстаться с устаревшими. Есть люди, которым этот процесс дается с трудом, а нам он доставляет удовольствие, ведь именно открытия наполняют жизнь самыми яркими эмоциями.

Беседовала Галина Столярова



AVANT TOI

Сегодня Avant Toi, который в России представляет компания «Кашемир и шелк», выпускает коллекции платков и женской одежды

НАЗАД К РЕМЕСЛУ: КАК РАЗВИВАЕТСЯ «КРАФТОВАЯ ЭКОНОМИКА»

В мире товарного изобилия неуклонно повышается ценность эксклюзивных вещей



АНТОН ВЕЛИКЖАНИН

На VII Московской неделе интерьера и дизайна был представлен стенд проекта «Сделано в Москве» с локальными брендами. Он был самым крупным на выставке

КАК отмечают аналитики, спрос на качественные, уникальные по дизайну, частично или полностью выполненные вручную вещи будет расти и дальше. Такая модель производства и потребления получила название «крафтовой экономики». Согласно прогнозам Analytic Research Group (ARG), к 2032 году объем мирового рынка хендмейда может превысить $2 трлн.

От мануфактур к станкам

Промышленная революция привела к диктату машинного производства. Это позволило многим локальным (часто — семейным) мануфактурам с применением ручного труда быстро вырасти до мировых гигантов. Сегодня практически в каждой товарной рубрике можно найти подобный пример. Так, шоколад Ritter Sport в 1912 году начинался как семейный кондитерский бизнес. История Lego началась с того, что в середине 1930-х годов к плотнику Оле Кирку Кристиансену, вырезающему на заказ фигурки из дерева, присоединился его 12-летний сын; спустя полвека в фирме делали ежегодно уже сотни тысяч пластиковых «кирпичиков», любимых детьми во многих странах.

Компания Swarovski сейчас управляется пятым поколением членов семьи и известна по всему миру. Началось все в 1883 году, когда Даниэль Сваровски, обучившись у отца ремеслу резки стекла, решил создать «бриллиант каждому по карману», для чего открыл мастерскую по огранке хрусталя.

У промышленного подхода с его типовыми вещами очень быстро нашлись противники. Уже в начале XX века появилось движение Arts and Crafts. Его лидеры и последователи выступали резко против массового производства, стремились возродить ручной труд и, как следствие, уникальность предметов. В экономике и социологии этот период называют «первой волной крафта». Вторая волна пришлась на эпоху хиппи в 1960–1970-х годах: «дети цветов» не хотели примыкать к обществу потребления. Наши дни — это «третья волна крафта», которая началась в конце 2010-х годов и длится до сих пор.

«Это своего рода ответ на цифровизацию и обезличенность масс-маркета. Крафт не заменяет массовое производство, но формирует устойчивую нишу, где потребитель платит за историю, аутентичность и эмоциональную вовлеченность. Можно сказать, что сегодня „крафтовая“ экономика — это полноценный сегмент креативной экономики»,— пояснила Яна Крупец, кандидат социологических наук, заместитель директора Центра молодежных исследований НИУ ВШЭ, где с 2019 года исследуют развитие «крафтовых» сообществ и рынков в России.

Монетизация аутентичности

Яна Крупец отмечает, что главное отличие «третьей волны крафта» от двух предыдущих состоит в том, что современное производство авторских вещей существует в рамках рыночной модели и успешно в ней функционирует, монетизируя идею аутентичности. Это стало возможно благодаря развитию диджитал-платформ (таких как «Ярмарка мастеров», «Авито» и соцсети) и четкому пониманию запроса аудитории.

«Сейчас много молодых людей понимают ценность товара, сделанного своими руками, и отдают предпочтение изделиям локальных брендов, потому что это круто, оригинально, сделано с душой и с внимательностью к деталям»,— рассказала Тоня Лапутько, создательница бренда украшений из бисера, стекляруса и бусин «Палисад Сад».

При этом выход на рынок для «крафтовых» производств вовсе не значит готовность действовать по его законам. Существуют бренды, которые намеренно выстраивают «протестное» позиционирование. Например, противопоставляют себя общепринятым представлениям о красоте.

«Наши украшения совсем не про моду и не про тренды. Они больше про „антимоду“, ведь мы работаем в деструктивном стиле, разбиваем камни — и тем самым придаем украшениям динамику, что дает простор для интерпретации их смыслов. Для кого-то мы „портим камни“, а для кого-то, наоборот, „раскрываем“. Думаю, наши украшения выбирают те, кто находит красоту в несовершенстве»,— пояснил Николай Черемнов, создатель ювелирного бренда Ossa.

Донаты и исцеление

Согласно результатам исследований, которые проводятся в Центре молодежных исследований НИУ ВШЭ, одна из важнейших причин, по которой люди покупают «крафт»,— поддержка «своего круга»: покупка становится актом солидарности с мастером, разделения его ценностей. Последнее, по словам госпожи Крупец, стало настоящим спасением во время пандемии коронавируса: многие лояльные клиенты сознательно донатили любимым маркам, что помогло им выстоять в кризис.

У такого поведения есть и психологический аспект. «Мы ищем всегда одного и того же: встречи с чем-то подлинно человеческим. Мастер вкладывает в вещи свои труд и фантазию — они украшают нашу жизнь, делают ее более комфортной. С точки зрения психоаналитика Мелани Кляйн, эти вещи могут стать тем, что она называла „хорошим объектом“ — внутренним образом чего-то цельного, надежного и доброжелательного, что мы, еще будучи младенцами, учимся „хранить“ внутри себя. Это основа нашего доверия к миру. Поэтому поддержка мастера через донаты или подписки — это способ сохранить контакт с источником тепла и смысла, исцелить изначальный раскол и тревогу через отношения»,— рассказывает Елена Костылева, философ, психоаналитик.

Борясь с навязанными масс-маркетом привычками непрерывного потребления, «крафт» предлагает логику осознанной роскоши: призывает покупать меньше, отдавая предпочтение качественным вещам, которые прослужат долго.

«Когда-то я ездила за керамической плиткой на юг Италии. Она пользовалась популярностью во всем мире, потому что частично расписывалась вручную. Я подумала, почему бы не предложить российскому рынку подобную керамику, которая была бы дешевле итальянской»,— рассказывает основатель архитектурного и дизайнерского бюро Art Group и бренда керамической плитки и предметов интерьера Reda Дарья Василькова.

По мнению создателей дизайнерских вещей, общий спрос на авторские изделия в последние пару лет стремительно растет. «Я делаю такой вывод исходя из большого количества брендов, которые открываются каждый год. Это заметно по праздничным маркетам, где предлагается купить сувениры и подарки. Там тысячи вариантов вещей с уникальным дизайном! Если мы вспомним, каким был рынок два-три года назад, то ничего подобного вообще не было»,— поделилась мнением Дарья Молокова, основатель и дизайнер бренда дизайнерских товаров для дома Simpule.

Исследователи отмечают, что «крафтовая» экономика в России — это динамичный социально-культурный феномен, который дает новые карьерные и бизнес-траектории, а также формирует запрос на качество и осознанность.

Вера Гиренко

ОТ «УМНОГО ДОМА» К ЭМПАТИЧНОЙ СРЕДЕ

Как организация пространства становится инструментом биохакинга



PAOLOCASTELLISPA

Напечатанный на 3D-принтере светильник от бренда Paolo Castelli Spa выполнен из керамической нити: в процессе печати материал оседает, формируя щели, через которые мягко проникает свет

СОВРЕМЕННЫЕ технологии прочно вошли в дизайн интерьера и теперь запускают новые сценарии управления домом. Если раньше говорили об эстетике и эргономике мебели, то сегодня на первый план выходят «интеллект» пространства и цифровая гигиена. Как замечают эксперты отрасли, идет переход от концепции «умного дома», где мы управляем устройствами, к концепции среды, которая заботится о нас.

Акцент на свет

Сегодня дизайн интерьера работает на стыке технологий, психологии и сценарного мышления. Одним из ключевых факторов стало развитие IoT (интернета вещей), когда «умные» системы освещения, климат-контроля, акустики и безопасности объединяются в единую экосистему, реагирующую на поведение пользователя. Благодаря этому интерьер становится адаптивным: свет меняет температуру в зависимости от времени суток, шторы автоматически реагируют на солнце, а климат подстраивается под присутствие людей в помещении. Таким образом, домашнее пространство буквально снижает когнитивную нагрузку и повышает уровень комфорта, отмечает директор Furnify.ru Константин Куковякин.

Сейчас инновационный дизайн уходит в биохакинг: идет смещение фокуса на здоровье. Производители «умных» гаджетов меняют сценарии, которые напрямую влияют на эмоциональную и психологическую нагрузку. Технологии помогают улучшить качество сна и восстановить ресурсы организма. Это происходит, когда система анализирует биоритмы и время суток. Например, вечером автоматически блокируется синий спектр света, мешающий выработке мелатонина, а еще плавно снижается температура воздуха и повышается влажность. Так создаются идеальные условия для глубокого сна.

«Важный пример — интеграция IoT-устройств в кухни и ванные комнаты. „Умные“ розетки, сенсорные смесители, автоматические системы вентиляции и контроля влажности позволяют по-новому проектировать инженерные узлы, скрывая технические элементы и делая интерьер более минималистичным. В одном из реализованных проектов кухня была полностью избавлена от визуально активной техники: все приборы были встроены и объединены в единый цифровой контур управления»,— делится дизайнер жилых и коммерческих интерьеров Виктория Арсеньева.

Использование IoT должно мягко влиять на пространство, уверена основатель студии Grigoreva.Design и бюро Influence Architects Тамара Григорьева. «Важно не то, что установлено в интерьере, а какое состояние это запускает. Поэтому IoT в наших проектах — это не система управления домом, а возможность создания определенных сценариев в пространстве. Свет, звук и климат работают как единый механизм, который подстраивается под человека и его контекст. Например, в общественных пространствах жилых комплексов мы проектируем смену состояний в течение дня: утром — активирующие сценарии освещения и акустики помогают взбодриться, усиливают ощущение ясности и собранности; вечером — мягкие, теплые, замедляющие сценарии помогают снять напряжение и переключиться из городского ритма в домашний»,— говорит госпожа Григорьева.

Как замечает руководитель студии Hot Walls St. Petersburg Марина Колесникова, в последнее время наблюдается тенденция к «облегченной» версии «умного дома», например, когда подключают только освещение и климат-контроль. «Это дает прекрасные возможности выстраивания сценариев света. Источников освещения в современных интерьерах очень много: это и основной „технический“ свет и все возможные декоративные люстры, подвесные светильники, торшеры, карнизные подсветки, подсветки мебели»,— рассказывает дизайнер.

Системы управления светом дают возможность выстроить несколько сценариев освещения, в одном интерьере может быть одновременно до двадцати источников света, которым можно задать параметры теплоты и яркости. Особенно это актуально в минималистичных монохромных интерьерах, где свет может стать основным акцентом и полностью менять настроение в помещении.

Визуальная тишина

Будущее, как говорят представители отрасли, за интерьерами, которые не требуют внимания к себе, а сами проявляют внимание к человеку. Такой подход называют Responsive Environment — это концепция, которая означает среду, которая реагирует на присутствие и действия людей с помощью технологий. Основной тренд, который тут прослеживается,— радикальный минимализм в управлении.

«Дизайнеры и заказчики массово отказываются от визуального шума: рядов выключателей, пластиковых термостатов, пультов от кондиционеров и регуляторов теплых полов. Этот „зоопарк“ разношерстных гаджетов от разных производителей уходит в прошлое,— рассказывает основатель компании INSYTE Electronics, производитель системы «Умный Дом INSYTE» Сергей Грибанов.— На смену им приходит одна-единственная сенсорная панель на помещение. Это вопрос не только эстетики, но и удобства: вместо того, чтобы бегать по комнате, настраивая климат и свет в разных точках, пользователь получает единый, интуитивно понятный центр управления. Это делает интерьер „чистым“, избавляя стены от лишнего пластика».

В ближайшие десять лет эксперты прогнозируют полное исчезновение физических органов управления со стен. «Интерьер станет абсолютно бесшовным. Управление перейдет полностью на смартфоны, голосовых ассистентов нового поколения, а в перспективе — на нейроинтерфейсы. Дом будет понимать намерения владельца без нажатия кнопок»,— прогнозирует господин Грибанов.

Отдельного внимания заслуживают мультисенсорные операционные системы, запускающие иммерсивные сценарии. Пространство начинает работать сразу с несколькими каналами восприятия: визуальным, тактильным, звуковым и даже обонятельным. Один сценарий может трансформировать гостиную в вечерний лаундж с мягким теплым светом и фоновым саунд-дизайном, другой — в рабочую зону с холодным освещением и минималистичной акустикой.

«В одном из наших проектов лобби жилого комплекса мы использовали адаптивное освещение, звукопоглощающие и тактильно „тихие“ материалы, скрытые акустические сценарии, чтобы создать пространство, которое снижает уровень напряжения, как только человек в нем оказывается»,— сообщает госпожа Григорьева.

Ключевой принцип — технологии должны быть незаметны. Они должны быть встроены в архитектуру и интерьер так, чтобы человек чувствовал результат, но не механизм, и оказывался внутри нужного состояния без взаимодействия с интерфейсом.

Ксения Ахметжанова

ИНТЕРЬЕР КАК СИНЕРГИЯ ОБРАЗОВ И СМЫСЛОВ

Созданный почти 150 лет назад, чтобы наполнить мир тиражными и стандартными вещами, сегодня дизайн смело заходит на территорию искусства



MOOOI

Британский певец Робби Уильямс совместно с нидерландской компанией Moooi разработал «Кресло интроверта». Выполнено оно из шерсти альпака и хлопка

НОВЫЕ коллаборации в дизайне, как и новые коллекции брендов, создают для нас уже не просто предмет интерьера, а портал в другое эстетическое измерение, построенное на эмоциях и ценностях личности. Капсульный диван или стол — это уже особая домашняя аура и история, которая превращает квартиру почти в арт-пространство, меняя само понятие «дом».

Запрос на историю

Когда-то каталоги мебели пестрили узнаваемыми моделями, хозяева которых радостно сообщали друг другу что у них вот такое же кресло, теперь же они больше похожи на альбомы галерей современного искусства. И не только визуальными образами, но и именами авторов и ценами, способными поспорить с мировыми художественными аукционами. Так почему же художники готовы спуститься с творческого Олимпа ради тиражных коллекций дизайна?

Провокатор — хорошо знакомый нам дуализм «низы не хотят, верхи не могут». А если перефразировать: покупатель не хочет приобретать типовое, все чаще в его запросах не просто стильный и комфортный диван, а настоящая история, эмоция. Одно из последствий перепроизводства тиражного дизайна — усталость покупателя от однообразия. Бренды довольно быстро нашли ответ на новый запрос, предложив коллекции, созданные в сотрудничестве с известными художниками. Именно эти профессионалы точно знают и умеют создавать впечатляющие истории как на плоскости картины, так и в объеме пространств. В новых интерьерных коллекциях мебель уже представляется как произведение искусства, у которого есть история, провенанс и имя известного автора. Коллаборации брендов с топовыми дизайнерами и художниками превращают утилитарные предметы в объекты коллекционирования, занимая в интерьерах соседние места с арт-объектами. Отсюда появился и занял особое место в интерьерных трендах коллекционный дизайн, создаваемый лимитированными тиражами. Но не только капсульные коллекции с арт-провенансом становятся двигателем эволюции современного дизайна.

Заместитель шведского гиганта, массовый российский ритейл divan.ru начал коллаборацию с российским дизайнером Димой Логиновым, в портфолио которого — десятки бестселлеров мировых брендов. В результате появилась стильная коллекция минималистичных диванов и кресел с идеей «Непохожесть как правило». Эту концепцию можно применить ко всему тренду коллабораций в дизайне: желание выделиться и создать новую привлекательность для потребителя в эпоху «эмоционального капитализма». Именно художники и помогают брендам сохранить свои лидерские позиции, буквально прокачивая эмоции зрителя.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В портфеле гуру мирового дизайна Филиппа Старка есть коллаборация с модным домом Dior

Экс-дизайнер Gucci Джерджей Эрдей презентовал свою первую коллекцию мебели с британским брендом Porta Romana в конце прошлого года. Традиции бренда ручной росписи и любовь к ремеслу соединилась с личной историей автора — воспоминаниями о семье: бабушкины драгоценности, мамины украшения из 1980-х и старая мебель из дома. В своих интервью дизайнер высказывает надежду, что когда-нибудь эти вещи будут хранить столько же воспоминаний, сколько семейные реликвии, которые вдохновляли его в детстве.

В стильных декорах и орнаментах новой коллекции премиальных виниловых обоев Meteora российской фабрики Fipar, разработанных знаменитым российским дизайнером Майком Шиловым, зашифровано глубокое эмоциональное послание. Выбирая приглушенный оттенок, автор создает намек на образ неба, а в каждом паттерне — диалог природы и человека. И это уже не просто обои, а эмоциональный пейзаж, пробуждающий воспоминания о каплях дождя, горах и путешествиях. В руках талантливого дизайнера бытовое покрытие для стен становится медитативным фоном, в котором каждый может считать свои впечатления.

Повседневность как артефакт

Сотрудничество мебельных брендов с известными фешен-дизайнерами — это еще и возможность говорить на одном языке с новым поколением. Еще в 2018 году состоялась одна из первых и долгожданных коллабораций Верджил Абло с шведским мебельным гигантом. Для основателя Off-White преображение повседневных, анонимных вещей дизайна в объект искусства стало творческим манифестом. И он придумал истории, рассказывая их предметами мебели. Его знаменитый шкаф-витрина стал тому доказательством. Теперь это не место для хранения, а музейный пьедестал, в котором бытовые вещи становятся артефактами. Идеальный способ, например, показать коллекцию кроссовок — превратить ее из хобби в персональную кураторскую инсталляцию о себе. Это не просто мебель, а приглашение к диалогу: что в вашей повседневности достойно быть искусством? Сотрудничество модельера Стеллы Маккартни и итальянского мебельного дома B&B Italia и вовсе совершило чудо: вернуло к жизни культовую коллекцию диванов Le Bambole легенды Марио Беллини. Классические силуэты дивана обрели новый характер благодаря фирменному принту Маккартни — Fungi Forest из ее летней коллекции 2022 года. Обновление имеет не только декоративный образ, но и социальный посыл, важный для молодого

поколения: обивка полностью биоразлагаема, а конструкция продумана для легкого ремонта и долгой службы. Так дизайн соединяет прошлое и будущее: уважение к иконе формы и новую ответственность за материалы, которые ее создают.

Тренд на идентичность

Эмоциональная привязанность к родному городу и тренд на локальную идентичность все больше завоевывает внимание и производителей интерьерных решений и их потребителей. Так сотрудничество Dolce & Gabbana с брендом бытовой техники Smeg уже несколько сезонов рассказывает историю сицилийских традиций через декор праздничной тележки (местное название Carettu Sicilianu).

Новая коллекция российского бренда Art de Vivre — это путешествие в сказку, рассказанное на языке ковроткачества ручной работы. Художницы Алеся Медведева и Алена Жернакова оживили волшебных животных, но не через буквальные иллюстрации, а через диалог с традицией. Каждый образ — «Гуси-лебеди», «Конек-Горбунок», «Сивка-Бурка», «Щука» — это не просто персонаж, а целая культурная глава. Авторы вплели в шерсть, шелк и кашемир узоры уфтюжской, городецкой, борецкой и великоустюжской росписей по дереву. Так сказка, знакомая с детства, обрела новую глубину и стала частью нашего жилого пространства. Современный дизайн здесь становится проводником традиций старинных ремесел.

Сотрудничество экс-дизайнера Prada Фабио Замбарди с архитектором Массимилиано Локателли для Milano Design Week переносит нас в современный роскошный интерьер традиции золотного шитья… теперь в мебели! Творческий дуэт разработал метод «вышивания невозможного»: они используют швейные машины для инкрустации дерева металлической нитью. И это не просто перенос техники — из моды в интерьер. Суть — в переводе кода. Древнее золотное шитье, наследие сакрального искусства, становится языком современного дизайна, вплетая память и ремесленный жест в новые предметные формы. Вышивка придает свет, глубину и объем, «взращивая» орнамент из самой структуры материала. В мебели Nullus Locus они воссоздали историю резных панелей эпохи Возрождения из кабинета герцога Урбинского.

К истории страны и народных художественных промыслов обратился и дуэт Алены Ахмадулиной с хохломой. Именно авторский взгляд дизайнера помог вывести традиционный бренд на совершенно новый уровень восприятия и коммерческого успеха. Перезапуск хохломы — результат серьезной работы с архивами. Дизайнер и художники фабрики «Хохломская роспись» изучили образцы XIX века в музеях и в городе Семенове, где зародился промысел. На основе этой традиции создано более трехсот предметов: золоченая деревянная посуда, одежда с элементами «кудрины», мебель с органичными формами и даже деним с хохломскими мотивами. Очень важно, что каждый объект в новой хохломе — не банальная реплика, а диалог с наследием, где традиционная техника становится языком современного стиля.

Ксения Бандорина



SALONE DEL MOBILE 2025

Дизайнер Пьер-Ив Рошон создал интерьеры ресторана в парижском Four Seasons George V, где студия стремилась к тонкому диалогу оформления с кухней шеф-повара Алана Таудона



ОТЕЛЬ LE GRAND MAZARIN

Интерьеры отеля Le Grand Mazarin в квартале Марэ в Париже созданы по заказу группы бутик-отелей Maison Pariente по проекту Мартина Брудницки

ЭВОЛЮЦИЯ РОСКОШИ: КАК ЭКОЛОГИЧНОСТЬ ТРАНСФОРМИРОВАЛА ДИЗАЙН

На смену глянцу и демонстративному потреблению пришли осознанный выбор, забота о природе и человекоцентричность



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Интерьеры гостиной в жилом комплексе в Петербурге, автором дизайна которого выступил Филипп Старк. Дизайнер фокусируется на экологичности через использование переработанных материалов

ЭКОЛОГИЯ в интерьере — уже не требование премиального сегмента и желание среднего класса: она стала активом, обеспечивающим комфорт на многие годы. По данным консалтинговой компании Global Insight Services, объем рынка экологичных товаров для дома сейчас составляет не менее 300 млн единиц, из которых 45% занимает мебель, 30% — текстиль, 25% — осветительные приборы. К 2028 году, по прогнозам аналитиков, этот рынок достигнет 500 млн единиц. То же самое касается и деревянного домостроительства, объемы которого растут из года в год.

«Спрос на экологичные материалы растет. Рынок перенасыщен доступными суррогатами: прессованными опилками на токсичных клеях, пластиком, имитирующим натуральные фактуры, текстилем с агрессивными красителями. И натуральный камень, металл, массив дерева и стекло становятся элитарными не только из-за цены, но и из-за своей „чистоты“, а также способности служить веками»,— подтверждает арт-директор и совладелец «Арт Кузницы» Станислав Мерзляков.

Таким образом, экологичность связывается не только с комфортом, но и с прочностью.

«Людям важно, чтобы покупка была долговечной, чтобы интерьер и мебель служили многие годы, эстетично старели и не требовали замены через несколько лет»,— подчеркивает Александр Шестаков, генеральный директор Первой мебельной фабрики, президент Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей отрасли России.

Семейное наследие

Натуральные и экологичные материалы становятся осознанным решением. Люди задумываются не просто о том, как и в каком пространстве они будут жить, но и о том, что оставят после себя.

«Экология перестала быть модным трендом или маркетинговой „зеленой этикеткой“. Для премиального сегмента это теперь базовый стандарт качества жизни. А самый экологичный интерьер — тот, который не придется менять через пять лет. Например, металл красиво стареет, обретая патину, и может служить столетиями. Это переход от трат к инвестициям в семейное наследие»,— утверждает господин Мерзляков.

«Забота о детях и будущих поколениях действительно часто выступает особым сигналом. Я наблюдаю, что в премиальных интерьерах люди все чаще запрашивают привычные, но отборные породы: орех, дуб, ясень, клен. Ценность смещается не в сторону экзотики, а в сторону качества древесины, текстуры и грамотной профессиональной работы с ней»,— соглашается Максим Лумпов, руководитель и основатель мебельной студии премиальной мебели Lumpov.

Особое место при создании экологических интерьеров занимают редкие породы древесины: эбен, палисандр, тик. Эксперты считают это эталоном эстетики и долговечности, но такая роскошь требует подтвержденного легального происхождения древесины, иначе это репутационный риск.

Параллельно в люксовый сегмент уверенно входят бамбук и пробка — материалы, которые еще недавно ассоциировались с эконом-классом. «Это больше не „бедные родственники“: бамбук по прочности сегодня не уступает дубу и не так боится влаги, а пробка дает уникальную тактильность. Мастера научились обрабатывать их так, что в готовом интерьере они визуально и функционально конкурируют с классическими тяжелыми решениями»,— объясняет господин Мерзляков.

Цветовая палитра отделки интерьеров также сместилась в сторону природных и мягких оттенков: песочный, насыщенный темно-зеленый, шалфейный, глубокий синий, графитовый, сливочный, какао.

Философия пространств

Предпочтение в пользу экологичных решений отдаются и в частных резиденциях, и в загородных проектах для бизнеса. И сегодня это уже не просто выбор материалов, а целая философия пространств, которые заботятся о человеке.

«Загородный девелопмент — это всегда работа с природным контекстом. Здания можно спроектировать так, чтобы сохранить существующие деревья, вписать объем в рельеф, использовать зеленые кровли и сделать архитектуру продолжением ландшафта»,— говорит Андрей Карпов, управляющий партнер строительной компании KUB HOUSE.

По словам эксперта, в каждом регионе можно и нужно опираться на его природный характер. Сосна создает здоровый микроклимат и обладает природными антибактериальными свойствами. Лиственница хорошо работает в банных и велнес-пространствах, она устойчива к влаге, гниению и по прочности сравнима с дубом. Береза, кедр и другие материалы помогают формировать не просто визуальный образ, а подлинную связь архитектуры с местом.

«Современные загородные резиденции, отели, велнес- и recovery-центры все чаще строятся с помощью натуральных материалов, тактильных фактур, живого контакта с ландшафтом, продуманной акустикой, светом и влажностью воздуха. Люди приезжают туда не просто за сервисом: они ищут восстановления. Такая среда помогает



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Спрос на таунхаусы в стиле шале стабильно растет. Он обусловлен желанием покупателей совместить загородный уют с функциональностью



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Интерьер в особняке на Фурштатской улице, 28, известном как дом Зенкевич

лучше слышать себя, быстрее восстанавливаться и глубже отдыхать. И в этом сегодня и заключается настоящая роскошь — в продуманности, природности и бережном отношении к человеку»,— считает господин Карпов.

> Особое место при создании экологических интерьеров занимают редкие породы древесины: эбен, палисандр, тик. Эксперты считают это эталоном эстетики и долговечности, но такая роскошь требует подтвержденного легального происхождения древесины, иначе это репутационный риск

Тренд на гиперперсонализацию

Сегодня мы наблюдаем фундаментальный сдвиг в философии потребления. Если раньше статус в интерьере измерялся блеском и редкостью, то теперь «новая роскошь» — это безопасность, тактильная честность и долговечность.

Однако натуральные материалы капризны и требуют ремесленного мастерства. Кроме того, работа с ними всегда предполагает индивидуальный подход, и это само по себе становится признаком высокого уровня проекта — когда дом и интерьер создаются не по шаблону, а под конкретного человека и его образ жизни.

«Новая роскошь сегодня опирается на индивидуальность. Клиенты устали от глянцевой универсальности и идеальных поверхностей, и материалы с фактурой, глубиной, историей становятся интереснее. А 2025 год сделал индивидуальные решения еще популярнее, запустив тренд на гиперперсонализацию. Индустрия фокусировалась на осознанном дизайне. Интерьер все реже покупают как „картинку из Pinterest“. Вместо этого человек создает среду, которая отражает его ценности, предпочтения и ритм жизни»,— подтверждает господин Шестаков.

Конечно, экология в высоком дизайне — это всегда вызов бюджету. Однако на российском рынке появляются отечественные альтернативы традиционным импортным материалам: сибирский кедр, береза, каменная крошка, эковата. «Отечественный продукт вполне способен конкурировать с импортным по стоимости и качеству, и это повышает доступность экологичных решений в интерьере, хотя цены на природосберегающие строительные материалы из-за роста издержек производства и транспортировки сырья продолжают расти. Но темпы роста замедляются благодаря активному развитию внутреннего рынка»,— говорит Арсений Дрожалин, генеральный директор строительной компании Digniori Arts. По его прогнозам, в этом году будет наблюдаться умеренный рост цен до 5–7%.

Будущее уже наступило

Тренд на гиперперсонализацию отмечается и в эволюции «умного дома». «Представьте: утром система автоматически проверяет ваш календарь и запускает будильник. Свет наполняет комнату, температура воздуха повышается до комфортной. Со вторым сигналом шторы открываются, включаются дополнительное освещение и кофеварка. С третьим — включается аудиосистема или воспроизводятся новости. После завтрака система рассчитала ваше время в пути на работу с учетом пробок и напомнила о том, что пора выходить. Ворота уже открыты и ждут вашего отъезда»,— рассуждает Мария Иванова-Сорокина, совладелица и ведущий архитектор проектно-строительной компании FullHouseDesign. Специалист работает с «умными домами» десять лет и объясняет, что есть базовая инженерия, без которой не обойтись: например, без «умной» системы освещения или инженерной системы с климат-контролем, включающим вентиляцию, кондиционирование и отопление.

«Я обычно советую еще интегрировать систему „мультирум“, куда закачаны фильмы для просмотра, любимая музыка и библиотека. Все остальное факультативно. Я, например, люблю, чтобы к моему пробуждению шторы на окнах уже были открыты, а кто-то любит открывать их сам; кому-то нужна музыка, а кто-то любит тишину — эти функции создаются под конкретного человека»,— делится госпожа Иванова-Сорокина.

Без этических компромиссов

Периодически ведутся дискуссии относительно этичности использования материалов животного происхождения, например, натуральных кожи и меха. Эксперты считают, что без этих материалов в интерьере сегодня вполне можно обойтись.

«Сегодня акцент смещается с „животной“ мягкости на архитектурную выразительность: холодная элегантность металла, фактура дикого камня, глубина переработанного стекла создают премиальную атмосферу без этических компромиссов. При этом хочу предостеречь от „экоромантизма“. История ремесел полна примеров смертельно опасных технологий: золочение ртутью, свинцовые белила, мышьяковые пигменты. Современная экороскошь — это не возврат в прошлое, а симбиоз традиционных материалов и безопасных методов обработки»,— предупреждает господин Мерзляков.

А ряд экспертов, в их числе господин Лумпов, считают антиэкологичным решением и натуральные кожу и мех — с учетом их углеродного следа и сложности производства. «Мне давно не встречались интерьеры с таким набором материалов, для меня это китч или бохо, которые редко встречаются сейчас как в премиум-, так и в комфорт-сегменте»,— говорит он, объясняя, что экологичный интерьер сегодня — это показатель зрелости заказчика.

«Экологичный дизайн — это спокойствие, тактильность, натуральные материалы. А качественно сделанная мебель, индивидуальные решения и внимание к деталям воспринимаются как выражение достатка и вкуса. Экологичность уже больше не тренд, а естественная часть качественного интерьера»,— заключает господин Шестаков.

Светлана Куликова



Сообщество «Коммерсантъ» Северо–Запад ВКонтакте — это:

- АКТУАЛЬНЫЕ НОВОСТИ
- ОБЪЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ
- ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ КОММЕНТАРИИ О ВАЖНЕЙШИХ СОБЫТИЯХ И ТРЕНДАХ
- РЕГУЛЯРНЫЕ РОЗЫГРЫШИ БИЛЕТОВ НА КОНЦЕРТЫ, СПЕКТАКЛИ И ДРУГИЕ МЕРОПРИЯТИЯ

БУДЬ В КОНТАКТЕ

ПОДПИШИСЬ И ВЫИГРАЙ ПРИЗ ОТ ИД «КОММЕРСАНТЪ»

реклама 16+

kommersant.ru